

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Potensi sumber daya kelautan dan perikanan menyebabkan munculnya suatu aktivitas atau usaha di bidang perikanan sesuai dengan kondisi lokasi dan fisiknya. Banyak penduduk yang menggantungkan kehidupan mereka pada laut yakni sebagai nelayan. Kehidupan nelayan yang sangat bergantung pada alam dan senantiasa diliputi kekhawatiran ketika musim pasang tiba, seringkali kondisi demikian dihadapi oleh para nelayan (Wijayanti, 2008).

Fenomena kesejahteraan nelayan yang rendah merupakan permasalahan yang sering terjadi, terutama pada nelayan tradisional sehingga menghambat pembangunan subsektor perikanan khususnya perikanan tangkap. Menurut Mubyarto (1998), tingkat kesejahteraan masyarakat pesisir umumnya menempati strata paling rendah dibanding masyarakat lainnya di darat. Bahkan nelayan termasuk paling miskin di semua negara dengan atribut *“the poorest of poor”*. Sejalan dengan itu, Dahuri (2001) mengemukakan bahwa, secara parsial pembangunan sektor kelautan dan perikanan belum berhasil dalam pemerataan peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup serta kesempatan berusaha diantara pelaku ekonomi perikanan khususnya nelayan.

Pada beberapa kajian literatur tentang perikanan tangkap, isu strategis yang sering ditampilkan adalah kemiskinan dan kesejahteraan nelayan. Kondisi usaha perikanan tangkap di Indonesia menunjukkan fakta yang belum berpihak pada upaya peningkatan kesejahteraan nelayan. Selain itu, rendahnya tingkat pendapatan nelayan sebagai akibat dari rendahnya produktivitas dan in-efisiensi usaha, tingginya biaya produksi, rendahnya keterampilan nelayan dan manajemen usaha, rendahnya akses terhadap permodalan, prasarana, teknologi dan pasar serta belum optimalnya integrasi usaha perikanan tangkap di daerah (Firdaus, 2013).

Kehidupan nelayan sangat rentan terhadap pengaruh alam dan tekanan ekonomi. Ketergantungan ini dipicu saat pergantian musim, cuaca, alam dan arus laut, sekaligus mengenai hasil tangkapan yang diperoleh dan harga jual ikan. Ketergantungan inilah yang menjadikan pendapatan nelayan tak menentu, bahkan terkadang meleset dari prediksi keuntungan yang diperoleh. Berdasarkan hasil tangkapan ikan yang didapat, mereka mencoba untuk menjual kepada konsumen setempat. Tentunya demi meningkatkan kualitas ikan, maka diperlukan adanya pemasaran yang terorganisir dengan baik dan memperhatikan pula aspek produksi.

Peningkatan produksi perikanan tersebut harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang efisien mengingat sifat dari hasil perikanan yang mudah rusak (*perishable*). A.M Hanafiah dan A.M Saefudin (1983) menyebutkan bahwa karena sifat hasil perikanan yang mudah rusak tersebut, diperlukan penanganan khusus dalam proses pemasaran guna mempertahankan mutu, seperti penyimpanan dengan alat pendingin dan pengangkutan dengan alat angkut yang dilengkapi alat pendingin. Selain itu, jumlah dan mutu hasil perikanan yang dari tahun ke tahun selalu berubah menyebabkan timbulnya fluktuasi harga.

Berikut ini jumlah produksi ikan di Kabupaten Pacitan yang didominasi oleh ikan tuna, dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Produksi Ikan Tahun 2010-2014 di Kabupaten Pacitan

Jenis Ikan	Produksi (Kg)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Albakor	-	-	-	47.934	205.410
Baby Tuna	1.190.563	1.302.034	1.062.508	871.352	1.007.949
Barakuda	-	984	-	-	-
Bawal	-	935	1.748	-	-
Big Eye Tuna	-	-	4.369	1.233	4.530
Cakalang	1.294.390	1.206.423	1.242.947	944.278	1.521.959
Cucut/Hiu	5.349	4.156	4.902	510	2.381
Cumi	38.890	22.124	40.989	15.895	23.855
Gurita	-	461	10.500	15	-
Gulamah	-	10.659	4.501	5.581	932
Kakap	929	2.169	262	25	40
Kembung	4.086	12.409	846	545	3
Kerapu	-	-	-	35	-
Kuwe	1.855	6.254	-	1.080	222
Layang	527.632	876.011	535.846	1.641.686	1.054.910
Layur	7.116	55.154	28.687	39.171	3.656
Lemadang	78.983	66.745	70.208	27.445	85.398
Lemuru	75.661	2.679	4.283	12.319	438
Lidah	-	-	1.624	383	40
Lobster	10	-	-	-	-
Manyung	3.592	5.605	2.910	7.224	14
Marlin	11.396	32.252	33.533	92.959	37.781
Pari	-	10.717	4.853	2.570	1.019
Petek	70	2.498	142	-	-
Pisang-Pisang	2.724	17.186	13.723	16.763	57.793
Pogot	4.666	4.987	11.471	30.193	100.518
Rajungan	-	1.687	-	-	-
Rebon	29.553	95.386	125.176	91.804	28.537
Remang	-	-	-	-	-
Sebelah	-	441	251	240	213
Selar	136	5.018	13.113	1.830	88
Semar	-	5.948	-	112	312
Tembang	-	2.440	-	-	-
Tenggiri	2.265	4.081	992	466	7.776
Teri	52.612	69.115	15.932	13.905	1.437
Teri Nasi	-	-	3.340	15	1.388
Tigawajah	3.311	11.778	-	-	-
Tongkol Komo	344.538	636.669	372.337	246.587	54.449
Tongkol	-	-	-	135.088	187.712
Rengis	-	-	-	-	-
Tungkul	840	4.148	4.488	3.775	361
Udang	532	5.790	3.760	3.854	2.417
Yellow Fin	-	-	-	-	-
Tuna	347.223	194.689	520.982	932.551	396.433
Lain – Lain	4.091	76.788	368.859	-	-
Jumlah	4.033.013	4.756.420	4.510.082	5.189.422	4.789.971

Sumber: Pelabuhan Perikanan Pantai Pacitan Tahun 2014

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan usaha perikanan, karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap naik turunnya pendapatan nelayan. Produksi akan

sia-sia bila harga rendah, maka pemasaran harus baik dan efisien. Hasil-hasil perikanan *supply* tidak sama dengan *demand*, hal ini mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga oleh karena itu penting untuk meneliti efisiensi pemasaran hasil-hasil perikanan laut. Hal ini perlu mendapat perhatian, karena dengan sistem pemasaran yang cepat dan tepat maka nelayan akan memperoleh pendapatan yang cepat dan jelas.

Pemasaran yang biasa dilakukan nelayan di Kabupaten Pacitan adalah melakukan penjualan hasil tangkapan kepada pengumpul. Berdasarkan harga pada bulan April 2015, ikan tuna yang dibeli dari pedagang pengumpul seharga Rp.18.000,00 per kg. Sedangkan pengumpul membeli dari nelayan seharga Rp.15.000,00 per kg. Saluran pemasaran yang terjadi tampaknya menyebabkan nelayan berada pada posisi harga terendah. Akan tetapi, tanpa saluran pemasaran seperti ini nelayan sulit untuk menjangkau konsumen secara langsung. Adanya pedagang perantara akan menyebabkan perbedaan harga dari produsen sampai konsumen akhir. Pedagang perantara tersebut akan mengeluarkan biaya dan akan mengambil keuntungan sehingga akan timbul perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima nelayan. Pada hakikatnya harga terdiri dari biaya-biaya untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga-lembaga pemasaran.

B. Perumusan Masalah

Dalam rantai tata niaga hasil perikanan (*fishery value chain* atau *marketing chain*) terdapat berbagai lembaga yang menyelenggarakan fungsi pemasaran. Lembaga ini terdiri dari berbagai golongan diantaranya golongan produsen, pedagang perantara, dan lembaga pemberi jasa. Golongan produsen memiliki tugas utama sebagai penghasil barang. Mereka adalah nelayan, petani ikan, dan pengolah hasil perikanan. Perorangan, perserikatan, atau perseroan yang berusaha dalam bidang pemasaran dikenal sebagai pedagang perantara (*middlemen*, atau *intermediary*). Pedagang perantara mengumpulkan barang yang berasal

dari produsen dan menyalurkannya pada konsumen. Lembaga pemberi jasa (*facilitating agencies*) memberikan jasa atau fasilitas untuk memperlancar fungsi pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau pedagang perantara. Lembaga ini terdiri dari bank, usaha pengangkutan, biro iklan, dan sebagainya (Hanafiah, 1983).

Bila lembaga pemasaran ini melaksanakan fungsinya dengan baik maka akan terjadi mekanisme pasar yang kompetitif. Akan tetapi pada kenyataannya, ada lembaga tertentu yang berperan dominan dalam akses pasar sehingga menimbulkan permasalahan sistem pasar yang tidak kompetitif. Permasalahan sistem pasar yang tidak kompetitif menyebabkan keterbatasan akses nelayan terhadap pasar baik dalam memasarkan hasil tangkapannya maupun dalam memperoleh informasi pasar. Informasi pasar umumnya hanya dimiliki oleh pihak-pihak tertentu dalam rantai pasokan komoditi, dalam hal ini adalah pedagang perantara. Dalam kerangka analisis sistem pasar, situasi ini disebut *information asymetrisme* (ketimpangan informasi). Ketimpangan informasi ini diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya eksploitasi kekuatan pasar (*market power abuse*) yang menjadi sumber inefisiensi pasar, dimana keterbatasan informasi pasar mengakibatkan nelayan menjual hasil tangkapan kepada pedagang perantara dengan harga yang lebih rendah dari harga (Listianingsih, 2008).

Pemasaran hasil pertanian termasuk hasil perikanan di Indonesia merupakan bagian yang paling lemah dalam rantai perekonomian atau aliran barang-barang. Efisiensi di bidang pemasaran hasil perikanan juga masih rendah sehingga kemungkinan untuk ditingkatkan masih besar. Sesuai kenyataan itulah, diperlukan penanganan masalah pemasaran yang tepat, yang diharapkan dapat menimbulkan gairah nelayan dalam meningkatkan hasil tangkapannya. Potensi besar Kabupaten Pacitan di sektor perikanan tentunya harus didukung oleh sistem pemasaran yang baik.

Pemasaran ikan tuna tidak bisa langsung disalurkan kepada konsumen karena lokasi produksi dan konsumen yang berbeda. Akibatnya

terjadi perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Kegiatan pemasaran dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen akan membutuhkan biaya sehingga akan berpengaruh terhadap harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang ada pada tingkat produsen. Biaya pemasaran terdiri dari biaya pengangkutan, biaya pengemasan, biaya resiko rusak dan biaya lain-lain.

Proses penyampaian produk tersebut oleh produsen atau lembaga pemasaran bisa disalurkan melalui lebih dari satu saluran pemasaran. Masalah pola pemasaran ini sebenarnya bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran, tetapi saluran pemasaran mana yang memberikan tingkat efisiensi yang paling tinggi yang salah satunya bisa dilihat dari margin pemasarannya. Margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat nelayan. Dengan diketahuinya mekanisme pembentukan margin pemasaran diharapkan dapat diketahui permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran ikan tuna di Kabupaten Pacitan. Secara rinci dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran ikan tuna di Kabupaten Pacitan?
2. Berapa besarnya margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran dari tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran ikan tuna di Kabupaten Pacitan?
3. Bagaimana efisiensi secara ekonomis jika ditinjau dari efisiensi langsung menggunakan margin pemasaran dan *farmer's share* serta efisiensi tidak langsung menggunakan keterpaduan pasar antara pasar lokal (nelayan) dan pasar acuan (Arjowinangun)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji dan menganalisis saluran pemasaran ikan tuna di Kabupaten Pacitan.

2. Untuk mengkaji dan menganalisis besarnya margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran dari tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran ikan tuna di Kabupaten Pacitan.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis efisiensi secara ekonomis jika ditinjau dari efisiensi langsung menggunakan margin pemasaran dan *farmer's share* serta efisiensi tidak langsung menggunakan keterpaduan pasar antara pasar lokal (nelayan) dan pasar acuan (Arjowinangun)

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bagi pemerintah dan pihak yang berwenang, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan tentang pemasaran ikan tangkap khususnya ikan tuna.
3. Bagi nelayan ikan tuna diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pemasaran ikan tuna.
4. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan bahan acuan dalam melakukan penelitian sejenis.